

Étude approfondie en terres marocaines

Inclusion financière, ruralité et numérique

Archipel&Co.

Inclusion financière, ruralité et numérique

Auteurs : Jean-Marc Guesné, Marie Tretiakow, Manon Logeais (Archipel&Co).



Epicerie dans un douar de la région de Béni Mellal (crédit : Archipel&Co.)

Depuis son apparition au Kenya en 2007, le Mobile Money¹ ne cesse d'évoluer et semble faire ses preuves en tant que levier d'inclusion financière. Alors que des millions de personnes non bancarisées bénéficient de ses avantages au quotidien via leur téléphone, certaines régions rurales semblent encore éloignées de ces services.

Face à ce constat, le CGAP² a lancé un projet ambitieux de recherche de trois ans, couvrant plusieurs pays, de la Colombie à l'Inde en passant par la Côte d'Ivoire et le Maroc. Objectif : identifier comment

les acteurs du secteur financier pouvaient, dans différents contextes, développer des réseaux d'agents CICO de manière pérenne pour accélérer l'inclusion financière dans les zones rurales.

Archipel&Co s'est vu confier un volet de cette grande enquête. Direction : la région de Béni Mellal au Maroc. Objectif : comprendre les freins, expérimenter les solutions d'une adhésion aux produits « M-Wallet³ ».

Résumé de ces deux années d'exploration, complexes et passionnantes.

¹ Mobile Money - Ensemble des technologies permettant d'effectuer des opérations financières à partir d'un téléphone portable, sans obligation de compte bancaire.

² CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) - Think-tank indépendant dédié à la recherche et l'innovation pour des services financiers répondant aux besoins des plus démunis.

³ M-wallet - Portefeuille mobile permettant d'effectuer différentes opérations (transfert d'argent, règlements, récupération de cash, etc.) à partir d'un téléphone sans détenir de compte bancaire.

PHASE 1 : RECHERCHE TERRAIN

Freins et leviers d'adoption du m-wallet en zone rurale marocaine : les enseignements de l'étude Archipel&Co.

Défiance et tradition : le m-wallet peine encore à convaincre.

Alors que dans de nombreuses régions du monde, les services financiers numériques apportent des solutions concrètes et pragmatiques à la situation des populations rurales, force est de constater qu'elle se heurte à diverses contraintes spécifiques au Maroc. Explications :

- Certaines habitudes sont particulièrement ancrées dans les usages, notamment **l'utilisation de l'argent liquide** : aussi bien pour le versement des salaires (97% des foyers interrogés) que pour l'épargne (93%) ou les transactions du quotidien.
- Les **pratiques informelles restent largement répandues** : systèmes d'épargne communautaire (tontine), pratiques de crédits entre pairs (famille, amis, voisins), achat à crédit chez le commerçant, centralisation des opérations de la communauté villageoise sur un seul compte bancaire, etc.
- La **méconnaissance des services financiers existants se révèle élevée** : 60% des individus interrogés dans le cadre de l'étude ne connaissent pas le m-wallet et 40% en ont entendu parler sans savoir de quoi il s'agit.
- La **méfiance envers les services financiers mobiles** persiste : la crainte de voir son argent dispa-

raître en cas de perte de téléphone ou d'erreur de manipulation est l'une des barrières significatives à l'adoption du produit par les utilisateurs, qui n'ont pas toujours conscience de l'intérêt de ces services, qu'ils jugent destinés à une population aisée et urbaine. Pour résoudre ces problèmes, les personnes interrogées manquent d'un tiers de confiance pour les guider et garantir la sécurité de leurs transactions.

A ces contraintes liées aux habitudes s'ajoute la **difficulté d'adaptation des établissements de paiement au contexte rural**. De leur côté, les agents détaillants - censés jouer un rôle clé dans le développement des services financiers mobiles (voir encadré) - ne peuvent remplir leur mission d'ambassadeurs en raison d'un modèle économique peu incitatif et de critères de sélection restrictifs. Le manque d'implication des agents locaux s'explique aussi par la tension qui se crée avec leur activité principale : souvent seuls dans leur boutique (pour 92% des épiciers interrogés), ils ont peu de temps à consacrer au développement d'une nouvelle activité.

Économique et sécurisant : quand le m-wallet se révèle.

Dans des régions où le taux de bancarisation est seulement de 20% (contre 53% dans les villes), la très grande majorité des paiements et transactions se fait en argent liquide. Pourtant les habitants des zones rurales ont des besoins et des usages financiers quotidiens, ce qui implique de nombreux déplacements, des enjeux de sécurité, et des coûts supplémentaires.

Ainsi, mis au regard des besoins spécifiques des habitants des douars⁴, le m-wallet apparaît comme une réponse particulièrement intéressante :



J'ai perdu une journée de travail pour aller récupérer la bourse Tays-sir. En plus de ça, le montant de bourse que j'ai reçu était plus faible que ce que j'aurais gagné en travaillant. Sans compter le déplacement que je dois faire chaque mois pour régler les factures de la maison !

Mohammed

⁴ Douar - village marocain, environ 7 000 habitants

Premier atout majeur, il évite les déplacements en ville, parfois uniquement mués par la nécessité de réaliser une opération financière ou de régler sa facture. Ne pas avoir à se déplacer permet d'économiser du temps et de l'argent tout en se libérant de la contrainte des horaires d'ouverture restreints des agences bancaires. La dématérialisation favorise également le suivi et la **sécurité des transactions : moins de déplacements** avec des sommes importantes en liquide, moins de risques de vols et d'agressions. Aussi, le m-wallet permet d'accéder à de **multiples services financiers souvent complémentaires** et de **répondre à des besoins spécifiques non satisfaits par les offres existantes** : système des tontines jugés comme trop rigides, sites de e-commerce demandant une carte bancaire, crédit bancaire trop contraignant, etc. Près de 44% des individus interrogés déclarent qu'ils souhaitent disposer d'un produit d'épargne différent. Dans ce contexte, le m-wallet apporte des **solutions adaptées** telles que le nano-crédit,

les transferts de fonds entre particuliers - très utiles dans le commerce des produits artisanaux -, le paiement de factures depuis son téléphone, ou encore l'épargne de petite monnaie chez son épicier de proximité.



Grâce au m-wallet, je peux mettre de l'argent de côté, la monnaie qui me reste après le marché par exemple, ne pas la dépenser directement chez l'épicier.

Meriem

Communiquer sur cette adéquation entre les services proposés et les usages des zones rurales permettrait donc d'accélérer l'adoption du m-wallet parmi ces populations.

Au cœur de l'étude : le rôle-clé des agents détaillants.

Tous les Établissements de Paiement (EdP) des régions où le Mobile Money explose le constatent : les épiciers et boutiquiers de proximité jouent un rôle décisif dans l'inclusion numérique des régions rurales. De par l'accompagnement des usagers, la proposition de services d'encaissement et décaissement de liquidités (CICO - Cash in, Cash out) à proximité, et leur maillage territorial jusque dans les zones les plus reculées, ils forment un véritable réseau, permettant le recrutement de nouveaux clients jusqu'ici exclus du numérique. Cependant, au Maroc, cette règle fait défaut : les établissements de paiement rencontrent des **difficultés à déployer leurs réseaux dans les régions les plus éloignées. C'est une des questions pivots creusée par les équipes Archipel&Co sur le terrain.**

Communiquer, expliquer, rassurer : le rôle des épiceries de proximité.

Le déploiement des services financiers mobiles via un réseau d'épiceries de proximité permet de compter sur des acteurs de confiance au centre de la communauté, renforçant ainsi l'accessibilité des services. Ils sont ouverts à de larges amplitudes horaires et permettent d'assurer la confidentialité des transactions à travers le dépôt et le retrait de petites sommes pendant les activités quotidiennes, une considération particulièrement importante pour les femmes.

Si mon épicier propose ces services, ça sera plus facile pour moi de m'y mettre, j'ai confiance en lui et il connaît mon quotidien.

Rachid



Agence Barid Cash dans une commune rurale proche de Béni Mellal (crédit : Archipel&Co)

PHASE 2 : EXPÉRIMENTATION en partenariat avec Barid Cash

Expliquer, accompagner : s'adapter pour adopter.

Et si une offre adaptée aux usages des zones rurales contribuait à répandre l'adoption du m-wallet? C'est pour répondre à cette question, qu'Archipel&Co a mené une expérimentation sur le terrain avec Barid Cash⁵.

De mai à septembre 2023, nous avons lancé un projet pilote auprès de 30 agents détaillants dans les zones rurales de la région de Béni Mellal. L'expérimentation a permis de tester une **nouvelle proposition de valeur** et de confirmer un certain nombre d'hypothèses concernant les conditions d'adoption du m-wallet.

Trois leviers ont particulièrement fonctionné : un **parcours client simple** et une **communication axée sur les cas d'usages spécifiques**, **l'incitation et l'accompagnement des agents détaillants** pour qu'ils jouent un rôle d'ambassadeur auprès de leurs clients, et **la mise en place de systèmes de recrutement et de gestion des réseaux d'agents détaillants** adaptés au profil des épiciers des zones rurales.

Parcours client évident, messages ancrés dans le quotidien : la base.

Les clients ayant ouverts des comptes m-wallet au cours de cette expérimentation se sont montrés particulièrement sensibles aux **messages soulignant l'utilité des produits dans leur vie quotidienne**.



J'ai mis de l'argent de côté pour pouvoir payer les fournitures scolaires de mes enfants".

Latifa

La prescription des agents de détail : le déclic.

100% des clients ayant ouvert un compte l'ont fait sur les conseils de leur **agent détaillant** : accompagnement des démarches, argumentaire de vente articulé autour de l'intérêt de l'utilisateur ont permis la bascule.



J'ai découvert l'existence du m-wallet grâce à mon épicier de proximité. Il m'aide au quotidien pour l'utiliser.

Noura

Un modèle économique incitatif : l'enjeu.

La création d'une proposition de valeur fondée à la fois sur des **incitations financières** (système de commissions à plusieurs niveaux) et **non financières** (formations, outils, communication & marketing) ont permis de motiver les agents à développer ces nouveaux services et convaincre leurs clients de les adopter. Si la formation est l'outil le plus apprécié par les agents détaillants car elle leur permet de monter en compétences techniques et de partager leur expérience, **l'accompagnement individuel** par un animateur terrain "combiné à un chatbot automatisé (e-learning, suivi de performance, accès à une FAQ, etc.) ont joué un rôle important tout au long de l'expérimentation.

L'augmentation de la **visibilité de leur activité traditionnelle d'épicier** et la **valorisation de leur rôle au sein de la communauté** ont également été une des sources de motivations plébiscitées.



J'ai choisi de devenir agent de détail pour acquérir de nouvelles compétences et attirer une nouvelle clientèle dans ma boutique.

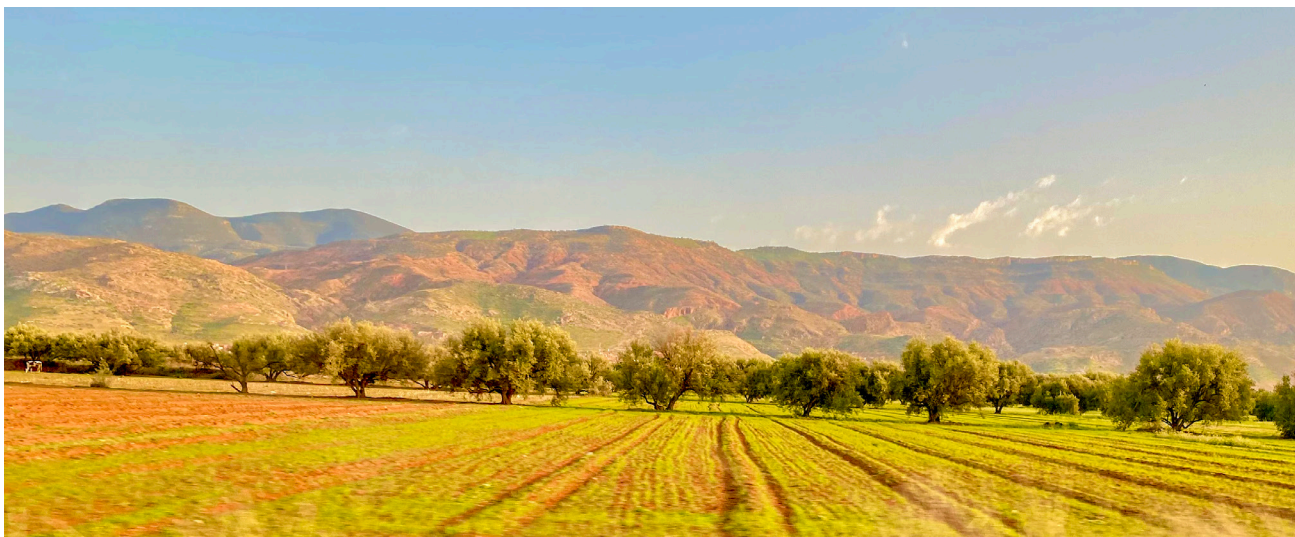
Said

⁵ Barid Cash - filiale d'Al Barid Bank et un opérateur de transferts d'argent au Maroc et à l'étranger. Les services sont accessibles à travers un réseau de plus de 790 points de vente, répartis partout au Maroc et une application mobile : Barid Pay.

L'expérimentation menée auprès des épiciers a permis de confirmer la **nécessaire adaptation des processus de recrutement et des exigences KYA** (Know Your Agent) au profil des agents détaillants des zones rurales. Si 97% des épiciers interrogés lors de l'étude ne sont pas inscrits au registre du commerce, ils se sont tous montrés volontaires à l'idée de se formaliser une fois sensibilisés

et accompagnés dans leurs démarches.

Dans la mesure où cet accompagnement peut se montrer long et chronophage, **la simplification des procédures de contractualisation et le recrutement possible d'épiciers en cours de formalisation** permettraient d'accélérer le déploiement des réseaux d'agents dans ces régions.



Zones rurales de la région de Béni Mellal (crédit : Archipel&Co.)

L'accompagnement des autorités publiques : la condition de succès.

Le déploiement efficace des réseaux d'agents ne peut se concrétiser sans un soutien des autorités publiques. Les coûts associés au recrutement, à la formation, à l'accompagnement et à la gestion des réseaux d'agents sont substantiels, nécessitant **d'importants investissements initiaux**. La question de l'interopérabilité peut rendre les établissements de paiement réticents à assumer ces coûts, sachant que d'autres acteurs pourraient ultérieurement bénéficier de leur réseau à moindre coût.

Les autorités publiques et les bailleurs de fonds ont un rôle à jouer par un **soutien financier et réglementaire** aux établissements de paiement. La prise en charge des coûts structurels tels que l'éducation financière, l'identification et la formation des agents, la recherche et développement, le soutien à la formalisation des épiciers, permettrait de **réduire les barrières à l'entrée** en diminuant les coûts fixes associés à la création des réseaux d'agents détaillants.

Sur le plan réglementaire, les autorités peuvent également faciliter l'adaptation aux risques et aux contraintes des zones rurales en permettant **plus de flexibilité quant aux activités des agents** (exclusivité, ouverture de comptes, plafonds de transactions, etc.). La mise en

place de **programmes fiscaux incitatifs** pour les épiciers qui se formalisent, ainsi que des solutions permettant aux établissements de paiement de travailler avec des agents informels pendant une durée déterminée sont des initiatives qui pourraient stimuler le déploiement de ces réseaux.

Alors que les contraintes liées aux usages semblent particulièrement présentes dans les régions rurales marocaines, le m-wallet émerge cependant comme une solution prometteuse dès lors qu'il s'adapte aux besoins spécifiques des habitants des zones rurales.

Le projet pilote mené avec Barid Cash a permis de confirmer qu'une proposition de valeur adaptée aux usages locaux, l'accompagnement des épiciers pour en faire des ambassadeurs, et le soutien des autorités publiques sont essentiels. La collaboration entre Archipel&Co, le CGAP et Barid Cash ouvre la voie à des stratégies encourageantes de développement des services numériques au service de l'inclusion financière. À suivre.

Glossaire

Barid Cash

Filiale d'Al Barid Bank et un opérateur de transferts d'argent au Maroc et à l'étranger. Les services sont accessibles à travers un réseau de plus de 790 points de vente, répartis partout au Maroc et une application mobile : Barid Pay.

CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)

Think-tank indépendant dédié à la recherche et l'innovation pour des services financiers répondant aux besoins des plus démunis.

CICO (Cash-In Cash-Out)

Cash-in ou CI : conversion de liquidités en e-money, ce qui correspond à un dépôt de liquidités pour créditer son compte "e-money".

Cash-out ou CO : conversion de e-money en liquidités, ce qui correspond à un retrait de liquidités depuis son compte "e-money".

Douar

Village marocain, environ 7 000 habitants.

Mobile Money

Ensemble des technologies permettant d'effectuer des opérations financières à partir d'un téléphone portable, sans obligation de compte bancaire.

M-wallet

Portefeuille mobile permettant d'effectuer différentes opérations (transfert d'argent, règlements, récupération de cash, etc.) à partir d'un téléphone sans détenir de compte bancaire.

Réseaux d'Agents Détaillants (AD)

Les réseaux d'agents (ou détaillants) sont parfois employés par les banques et d'autres prestataires de services financiers pour atteindre un plus grand nombre de clients à un coût réduit par rapport à des succursales classiques.

Zoom sur la région de Béni Mellal

La population rurale prédomine avec 51 % de la totalité des habitants pour 49,6 % à l'échelle nationale.

- dans les douars (villages marocains - env. 7000 habitants)
- dans les communes rurales (env. 30 000 habitants)

Archipel&Co y a mené de nombreux entretiens avec des clients finaux et des agents détaillants :

- 75 entretiens individuels
- 21 entretiens collectifs
- Une expérimentation sur le terrain avec Barid Cash

Une étude quantitative a été menée dans les régions rurales d'Agadir pour comparer les résultats (environ 250 réponses).

